



## Amerikanen kicken massaal af van Coca-Cola uit angst. Is het tijd om afscheid te nemen van het jarenlang zeer succesvolle aandeel?

Als geen andere onderneming wordt Coca-Cola geïdentificeerd met de Amerikaanse cultuur. Het extreem succesvolle drankje met de geheime formule uit 1886 blijft voor veel Amerikanen een moeilijk te weerstaan verleiding. Zeker als The Coca-Cola Company uit Atlanta zó met prijzen stunt als vorig jaar. Voor slechts 85 dollarcent stonden de bolle tweeliterflessen te pronken in de uitverkoop bij de Walmart. Het is een achterhoedegevecht, meent een New Yorkse zakenbankier die de sector al jaren adviseert en niet bij naam opgevoerd wil worden. "Het topmanagement probeert de volumes op peil te houden door Cola onder de kostprijs te dumpen. Dat is natuurlijk een *race to the bottom*."

### AMERIKAANS SYMBOOL

"Coca-Cola is nog steeds hét symbool van de Amerikaanse manier van leven", zegt Mark Pendergrast, auteur van het beroemde boek *For God, Country & Coca-Cola* waarvan vorig jaar een nieuwe editie verscheen. Hij zegt over de frisdrankzucht in zijn land: "Amerikanen zijn gek op grote porties. Omdat frisdranken erg goedkoop zijn om te produceren, is het rendabel om grotere hoeveelheden te verkopen. De flesjes kosten soms meer dan de inhoud."

Werken voor Coke is volgens Pendergrast haast een religieuze aangelegenheid, ondanks dat er vooral een illusie wordt verkocht. Pendergrast haalt in zijn boek een marketingman van Coca-Cola aan die zegt: "Het draait bij ons niet om het product dat we aanbieden.

Het draait om imago. We verkopen lucht."

Die "lucht" heeft inmiddels een ronduit omstreden imago. Overheden nemen initiatief om de nadelige gevolgen van de ongezonde suikerhoudende frisdranken te ontmoedigen. De New Yorkse burgemeester Michael Bloomberg probeerde vorig jaar de verkoop van grote bekera cola te verbieden. In de literbekers zit een ons suiker. Bloomberg werd teruggefloten door de rechter na hevig verzet, onder meer van Coca-Cola.

Californië probeert op een andere manier de frisdrankverlating in te dammen. Onlangs werd in deze staat gestemd over een frisdrankbelasting van een kwartje per blikje. In Mexico, het land dat de meeste frisdrankdrinkers kent én nog meer last heeft van overgewicht dan de VS, zijn er opmerkelijke resultaten geboekt met een stevige belasting op frisdrank (en junk food) die vorig jaar is ingevoerd. Naar schatting wordt een jaar na de invoering van de taks al 10 procent

minder frisdrank geconsumeerd.

Frisdrankproducenten sluiten niet langer hun ogen voor de gezondheidsrisico's van suikerhoudende dranken. Ze erkennen een levensgevaarlijk product te verkopen. Coca-Cola zegt de groei van caloriearme en calorievrije dranken te versnellen. Daartoe heeft het bedrijf voldoende mogelijkheden in eigen huis. Naast cola bevat het assortiment sappen, water, thee en koffie en andere niet-koolzuurhoudende drankjes, wereldwijd in totaal 3500 soorten.

### BELOFTES

Diet Coke (in Europa bekend als Coca-Cola light) is in de VS nu al een beter verkopend product dan cola van Pepsi. Coca-Cola belooft het suikergehalte van bepaalde frisdranken met een derde terug te brengen door het gebruik van natuurlijke zoetstoffen. Twee maanden geleden kondigden de drie grootste beursgenoteerde frisdrankbedrijven – Coca-Cola, PepsiCo en de Dr Pepper Snapple Group – dat ze het aantal geconsumeerde calorieën zelf willen terugbrengen met 20 procent in de komende tien jaar. Gezondheidswetenschappers als Marion Nestle, auteur van *Eat, Drink, Vote* zijn niet onder de indruk. "De boodschap is allang overgekomen op Amerikanen", aldus Nestle. "Frisdrank is slecht voor de gezondheid." Ze wijst erop dat de consumptie per hoofd van de bevolking sinds eind jaren negentig al is gedaald met 20 procent. De beloofde reductie komt er volgens haar ook wel zonder inspanningen van de frisdrankindustrie.

De beurskoers van Coca-Cola lijkt voorlopig weinig last te hebben van de maatschappelijke tegenwind. Het aandeel bereikte vorige maand het hoogste punt in zestien jaar, waarmee de onderneming op een slordige 180 miljard dollar beurswaarde wordt gewaardeerd. Al jaren is Coca-Cola, genoteerd sinds 1923, een doorslaand

# 20%

Met zoveel is de cola-consumptie per hoofd van de Amerikaanse bevolking sinds eind jaren negentig gedaald